

цесса (вида деятельности или операции) устанавливается путем отнесения на продукт стоимости ресурсов в соответствии с «потребностями» этого продукта в определенных бизнес-процессах (видах деятельности, операциях).

Исследуемый подход к исчислению себестоимости можно рассматривать в двух вариантах: а) двухэтапный, б) многоэтапный. В первом случае затраты с субсчетов затрат Главной книги распределяются на промежуточные счета операций (видов деятельности, бизнес-процессов) пропорционально затратнообразующим факторам первого порядка (факторам ресурсов). Затем с промежуточных счетов затраты на выполнение операций распределяются на объекты затрат (виды продукции) пропорционально затратнообразующим факторам второго порядка (факторам операций, видам деятельности или бизнес-процессов). Например, затраты на электроэнергию для производственных нужд можно распределить по видам деятельности пропорционально машино-часам работы оборудования.

В свою очередь затраты на выполнение соответствующих производственных операций можно распределить на объекты затрат пропорционально объему выпускаемой продукции. Этот вариант предполагает, что все виды деятельности направлены на создание объекта затрат. Он является более сложным и трудоемким, ввиду того что здесь осуществляется еще и анализ причинно-следственной связи между отдельными видами деятельности в рамках конкретного бизнес-процесса. Например, вид деятельности «текущий ремонт оборудования» аккумулирует соответствующие материальные затраты, затраты на оплату труда рабочих, осуществляющих этот ремонт, и т.д. В данном случае предполагается, что затраты на ремонт оборудования не связаны непосредственно с объектами калькулирования, а скорее обеспечивают возможность для осуществления других видов деятельности, и эти затраты необходимо вначале распределить между соответствующими видами деятельности.

Заметим, что исследуемая методика выходит за рамки учетной концепции и является системой управления затратами, с помощью которой можно воздействовать на затратнообразующие факторы тех или иных видов деятельности.

П.М. Лебедева
Санкт-Петербургский государственный университет
(Российская Федерация)

УСТАНОВЛЕНИЕ ЦЕНЫ ПРОДАЖИ ПРОДУКЦИИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕТОДА КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ

Расчет себестоимости продукции разными методами калькулирования дает различные показатели итоговой финансовой и управленческой

отчетности, а соответственно и различные результаты анализа этой отчетности, на основании которого пользователями принимаются важные решения в отношении предприятия, в том числе установление цены продажи продукции. Если менеджмент организации устанавливает цену продажи основываясь не на рыночных методах, учитывающих спрос на данный продукт на рынке или цены конкурентов на аналогичные товары, то значительную роль в формировании цены начинает играть себестоимость производства этого товара и то, какие именно затраты составляют эту себестоимость.

Полученные результаты теоретического и практического исследования по выбору альтернативных методов калькулирования свидетельствуют о том, что можно выделить три основных калькуляционных метода: концепция полной себестоимости (называемая также «абсорбшн-костинг»), концепция калькулирования по прямым издержкам (называемая также «директ-костинг»), концепция калькулирования по переменным затратам (называемая также «вэрибл-костинг»). Механизм влияния этих методов на показатели отчетности проявляется через эффект декапитализации расходов.

В разных странах в рамках финансового учета установлено обязательное применение того или иного метода или групп методов для целей составления бухгалтерской отчетности и выявления финансового результата. Однако для целей принятия решения об установлении цены продажи на основе управленческой информации всегда существует возможность применять любой метод калькулирования.

Наряду с перечисленными концепциями калькулирования следует также отметить и такие методы калькулирования, способные оказать влияние на установление цены продаж продукции, как «АВ-костинг» или пооперационное калькулирование и «таргет-костинг». Первый метод следует применять при больших размерах накладных расходов, поскольку их распределение между видами продукции на основе традиционных баз распределения может дать искаженные результаты. «Таргет-костинг» отличается от всех предыдущих концепций: он, с одной стороны, направлен на сокращение издержек, а с другой — учитывает влияние конкурентной среды.

Выбор учетной политики в области производственной сферы деятельности должен сопровождаться исследованием зависимости между выбранными методами калькулирования себестоимости, показателями отчетности и ценой продажи произведенного продукта.

Таким образом, выбор метода калькулирования себестоимости является исключительно важным моментом, поскольку при этом происходит не просто установление учетной политики в области учета затрат и калькулирования себестоимости, а выбор того, каким образом будет выглядеть управленческая картина предприятия для менеджеров и какой ценовой политики будет придерживаться организация.